la liberté de presse au québec

4

enquête sur la diffusion de l'information au québec

cartographie des média: annexe au document 2

rapport preparé par:
Sorecom Inc.
(société de recherche en sciences du comportement)

135063

Assemblee nationale

La Commission parlementaire spéciale sur les problèmes de la liberté de presse

INTRODUCTION

La Direction de la recherche à la Commission parlementaire spéciale sur les problèmes de la liberté de presse, en accord avec la compagnie Sorécom Inc., a cru bon de fournir le présent document en complément du Document numéro 2 de la Commission (1) déposé par la même firme en juin 1972.

Nous avons illustré ici sous forme de cartes les données les plus importantes contenues dans les tableaux du Document numéro 2 de la Commission.

Le lecteur trouvera, précédant chaque carte, quelques lignes explicitant le contenu exact de celle-ci, ainsi que le chapitre du Document auquel elle fait référence.

---

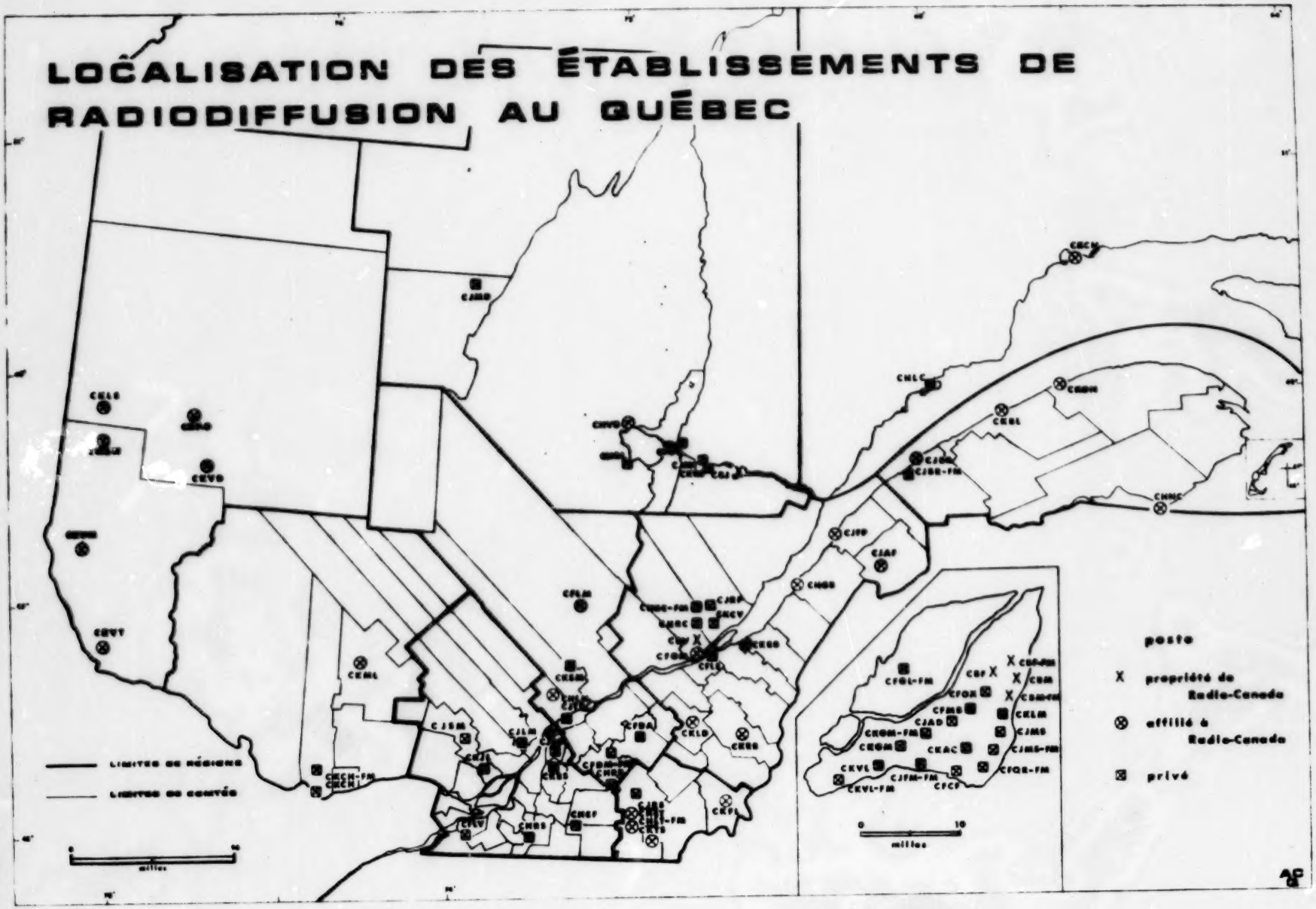
(1) Enquête sur la diffusion de l'information au Québec 1ère partie: inventaire des média. Document numéro 2 de la Commission déposé à la Commission parlementaire spéciale sur les problèmes de la liberté de presse. Juin 1972.

CARTE I

Nous avons localisé sur cette carte les différents postes de radio privés et d'Etat au Québec. Cette carte a été conçue à partir de renseignements contenus dans: Canadian advertising rates and data (octobre 71) et Postes de radio-duffusion au Canada (C.R.T.C. 1969).

Cette carte fait référence au tableau III (p. 33) du Document numéro 2 et au tableau III-A de l'annexe A du même Document (p. 97).

LOCALISATION DES ÉTABLISSEMENTS DE RADIODIFFUSION AU QUÉBEC

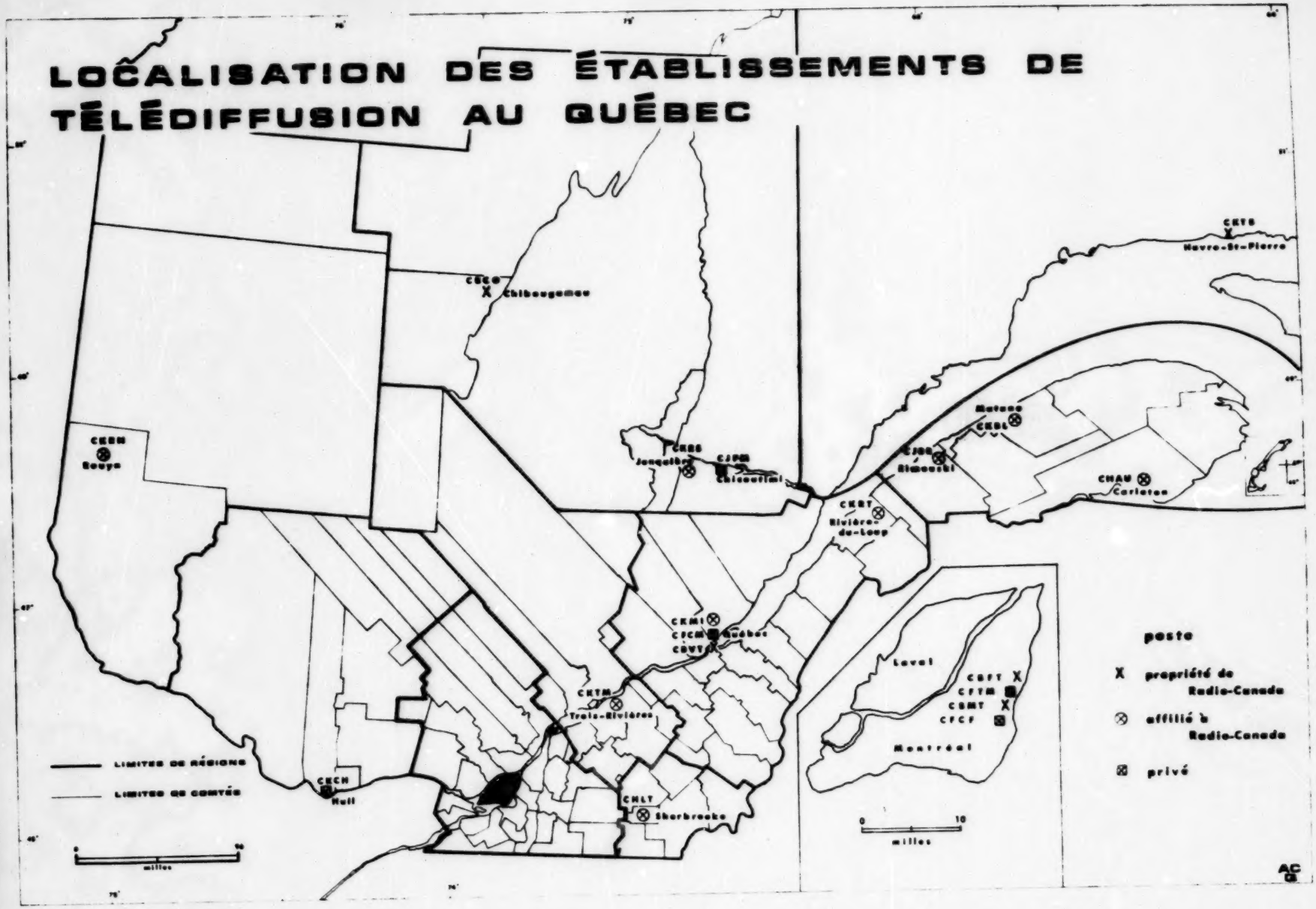


CARTE 2

La carte numéro 2 indique la localisation des postes de télévision installés au Québec. Les renseignements contenus sur cette carte proviennent des mêmes sources (C.A.R.D. 1971 et C.R.T.C. 1969) que ceux de la carte numéro 1

Cette carte est l'illustration géographique des tableaux V (p. 36) et V-A (p. 105) du Document numéro 2 de la Commission.

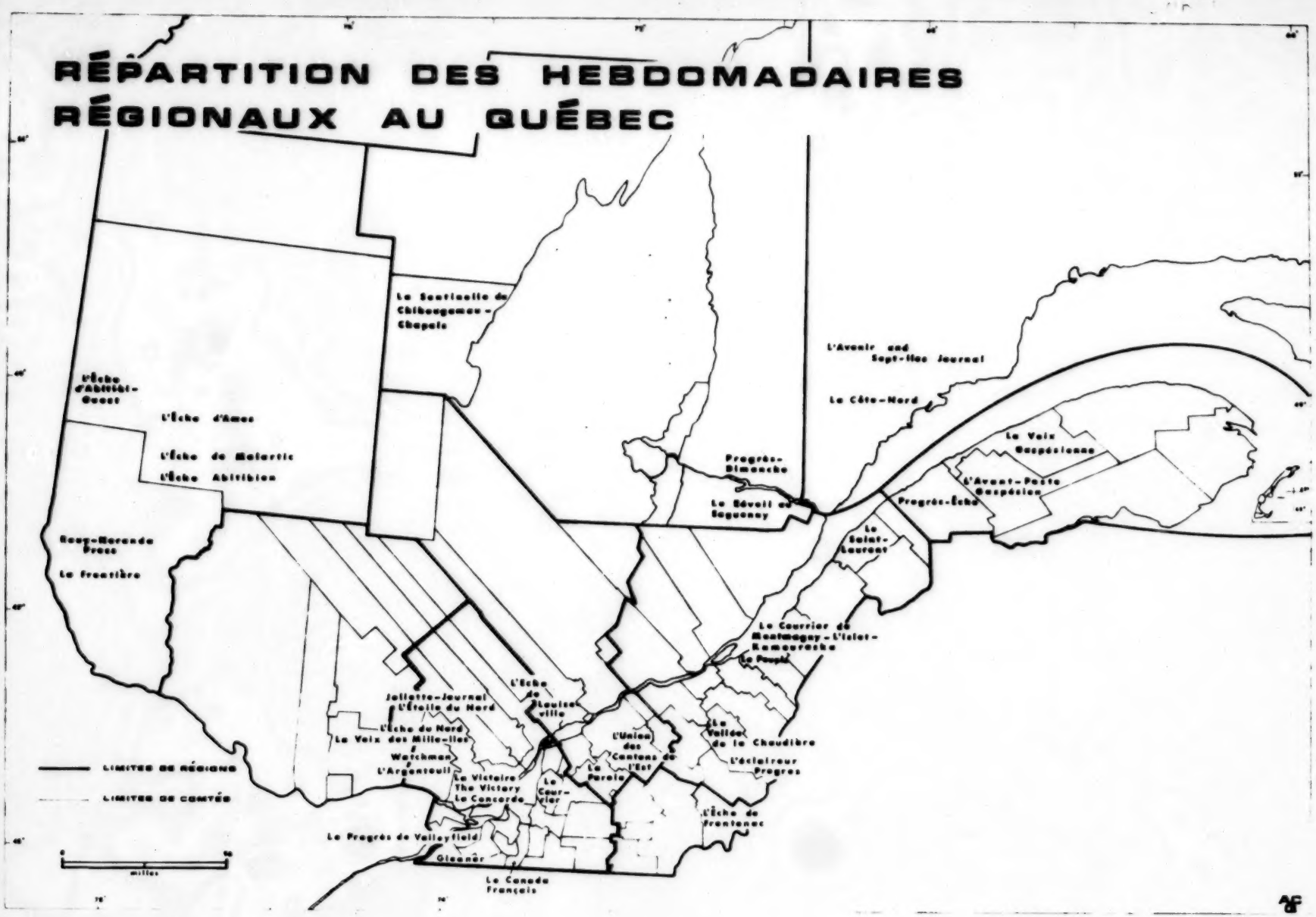
LOCALISATION DES ÉTABLISSEMENTS DE TÉLÉDIFFUSION AU QUÉBEC



CARTE 3

On a localisé sur cette carte les hebdomadaires régionaux d'information sélectionnés selon les critères explicités en page 11 du Document numéro 2 de la Commission. La liste de ces journaux apparaît aux pages 39 à 41 du même Document.

RÉPARTITION DES HEBDOMADAIRES RÉGIONAUX AU QUÉBEC



CARTE 4

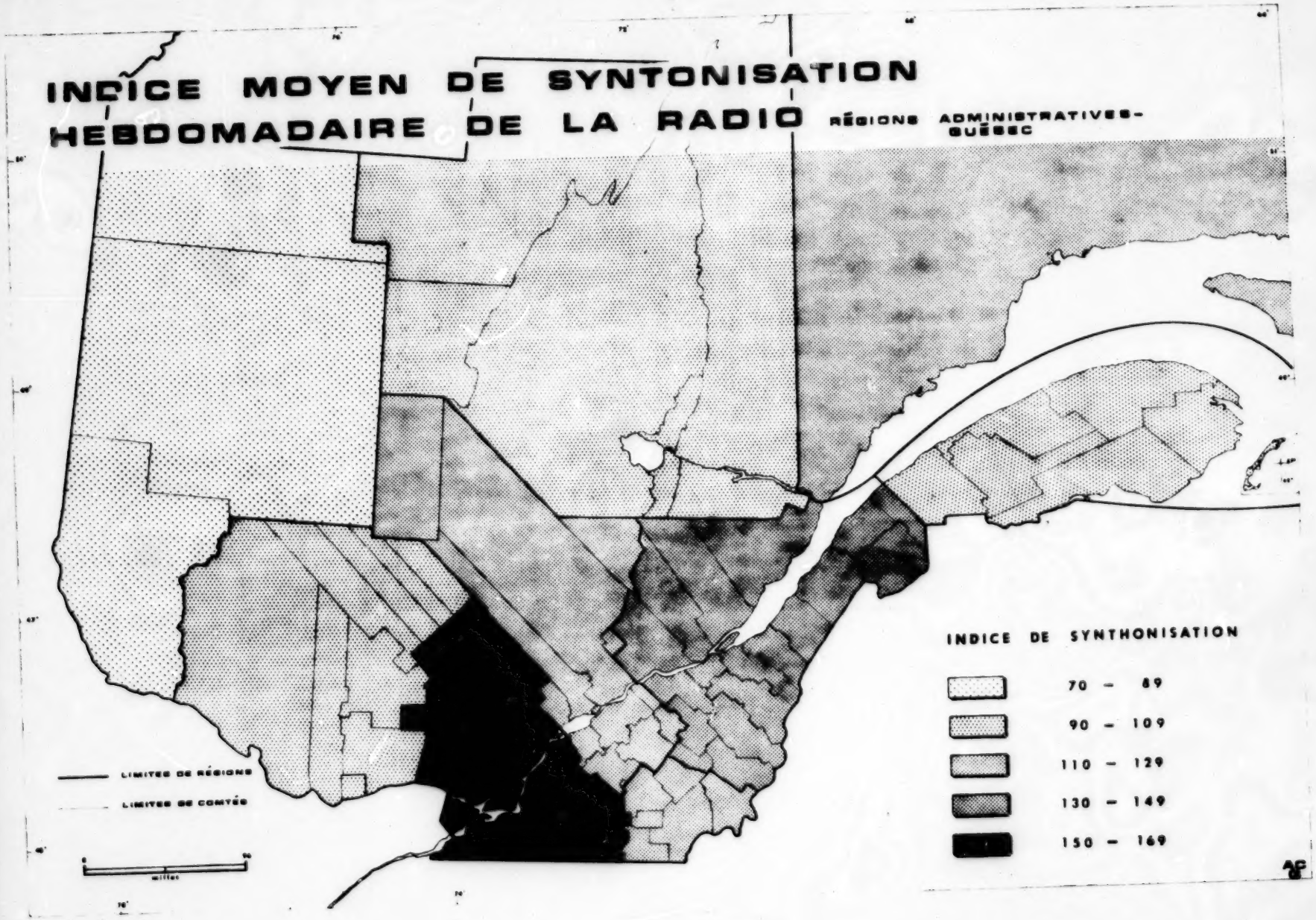
Le tableau XI du Document numéro 2 de la Commission (p. 49) fourni un indice de synthonisation hebdomadaire de la radio par région administrative. La carte numéro 4 illustre ces données par région administrative (1).

---

(1) Source: Compilation des données du Rapport B.B.M. (Bureau of Broadcasting Measurements) 1970.

INDICE MOYEN DE SYNTONISATION HEBDOMADAIRE DE LA RADIO

RÉGIONS ADMINISTRATIVES-QUÉBEC

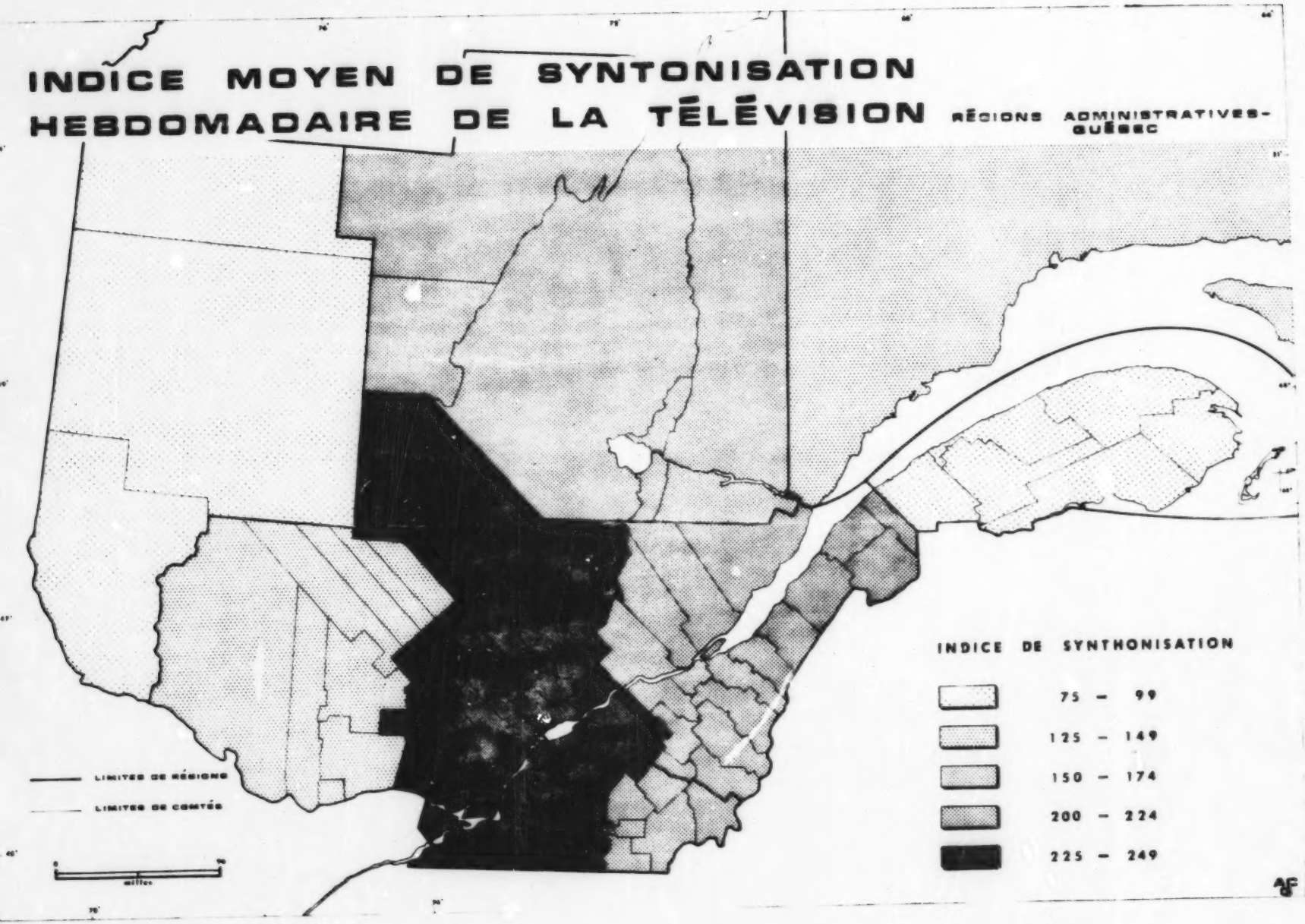


CARTE 5

Cette carte joue le même rôle pour la télévision que la carte 4 joue pour la radio. Elle réfère au tableau XIV (p. 52) du Document numéro 2 de la Commission.

INDICE MOYEN DE SYNTONISATION HEBDOMADAIRE DE LA TÉLÉVISION

RÉGIONS ADMINISTRATIVES-QUÉBEC



CARTE 6

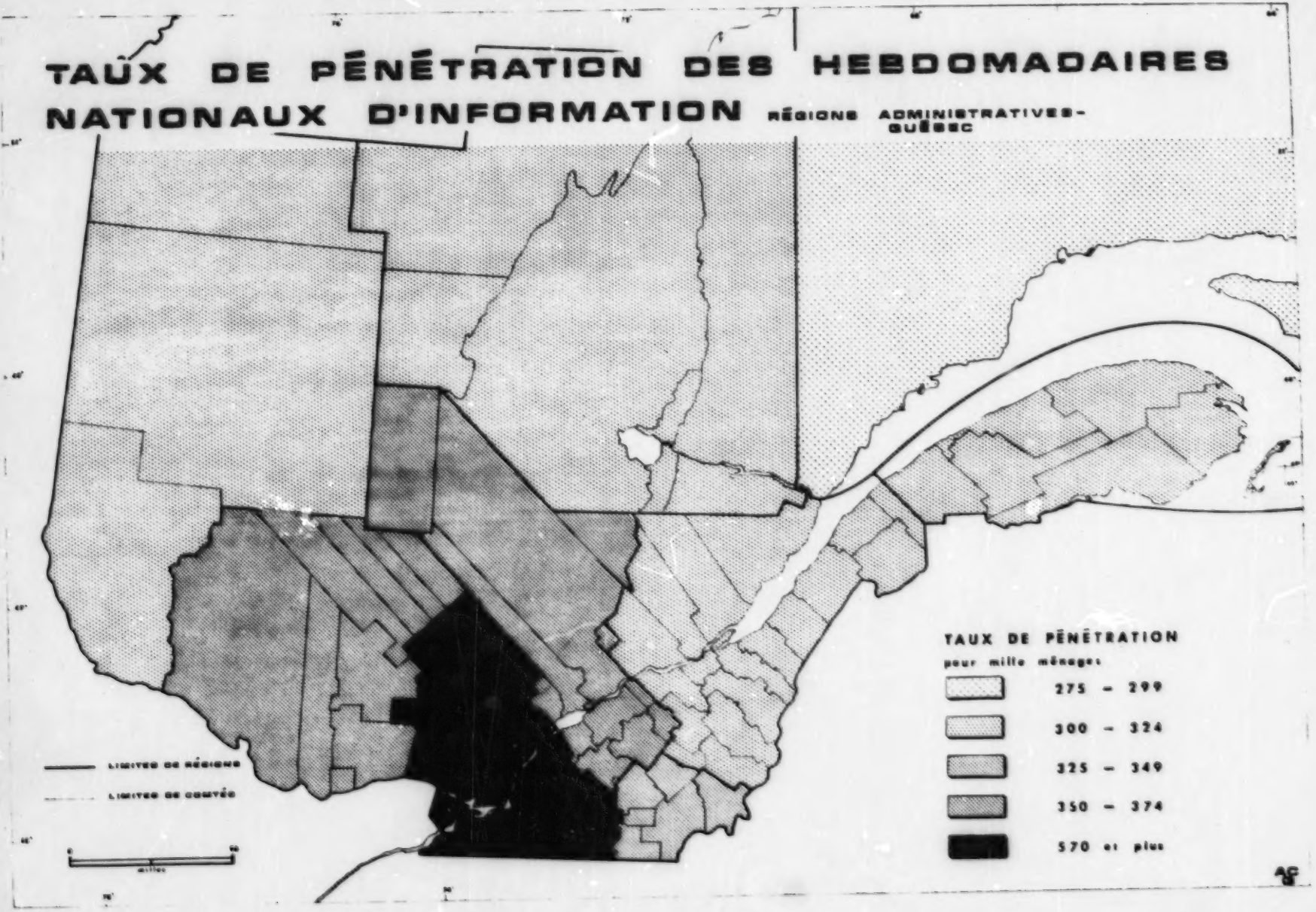
L'indice de pénétration des hebdomadaires, exprimé en nombre d'exemplaires vendus par mille ménages au tableau XV (p. 54) du Document numéro 2 de la Commission est illustré sur cette carte par région administrative. Les régions les plus foncées sur la carte sont les régions où le taux de pénétration des hebdomadaires est le plus élevé (1).

---

(1) Source: Compilation des données du Rapport A.B.C. (Audit Bureau of Circulation) pour les 12 mois précédents le 31 mars 1971.

TAUX DE PÉNÉTRATION DES HEBDOMADAIRES NATIONAUX D'INFORMATION

RÉGIONS ADMINISTRATIVES-QUÉBEC



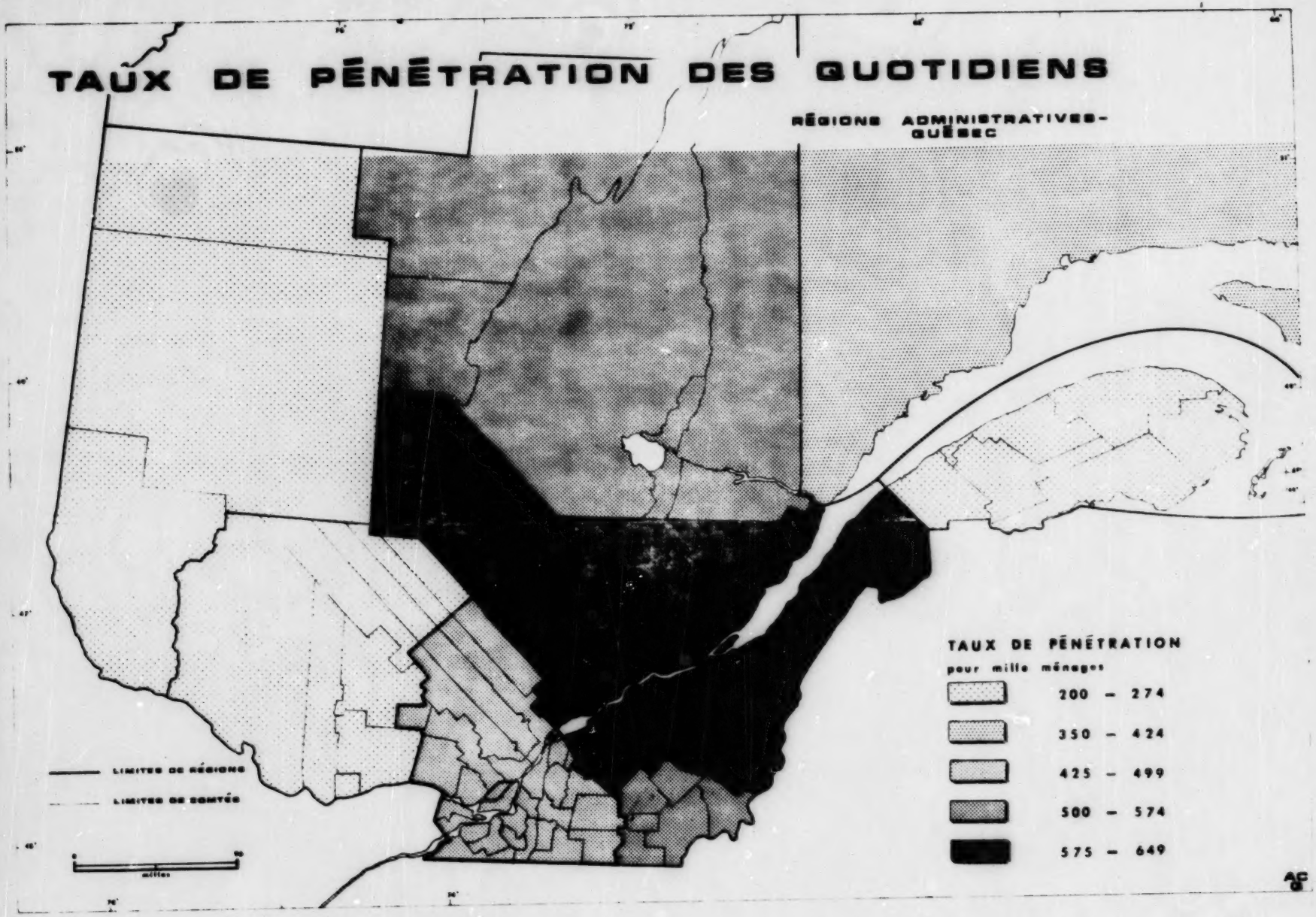
CARTE 7

Cette carte fait référence au tableau XVI du Document numéro 2 de la Commission (p. 56). Il s'agit ici, comme à la carte 6, (hebdos) d'une illustration de l'indice d'intensité de pénétration des journaux quotidiens par région administrative (1).

---

(1) Source: Compilation des données du Rapport A.B.C. (Audit Bureau of Circulation) pour les 12 mois précédents le 31 mars 1971.

TAUX DE PÉNÉTRATION DES QUOTIDIENS



CARTE 8

Sur la carte numéro 8 nous avons illustré l'indice de pénétration de la presse écrite tant hebdomadaire que quotidienne. Il s'agit encore ici d'un taux pour mille indiquant le nombre d'exemplaires de journaux vendus par mille ménages dans les différentes régions administratives du Québec. Les régions les plus foncées sont les régions où le taux de pénétration de la presse écrite est le plus élevé (1).

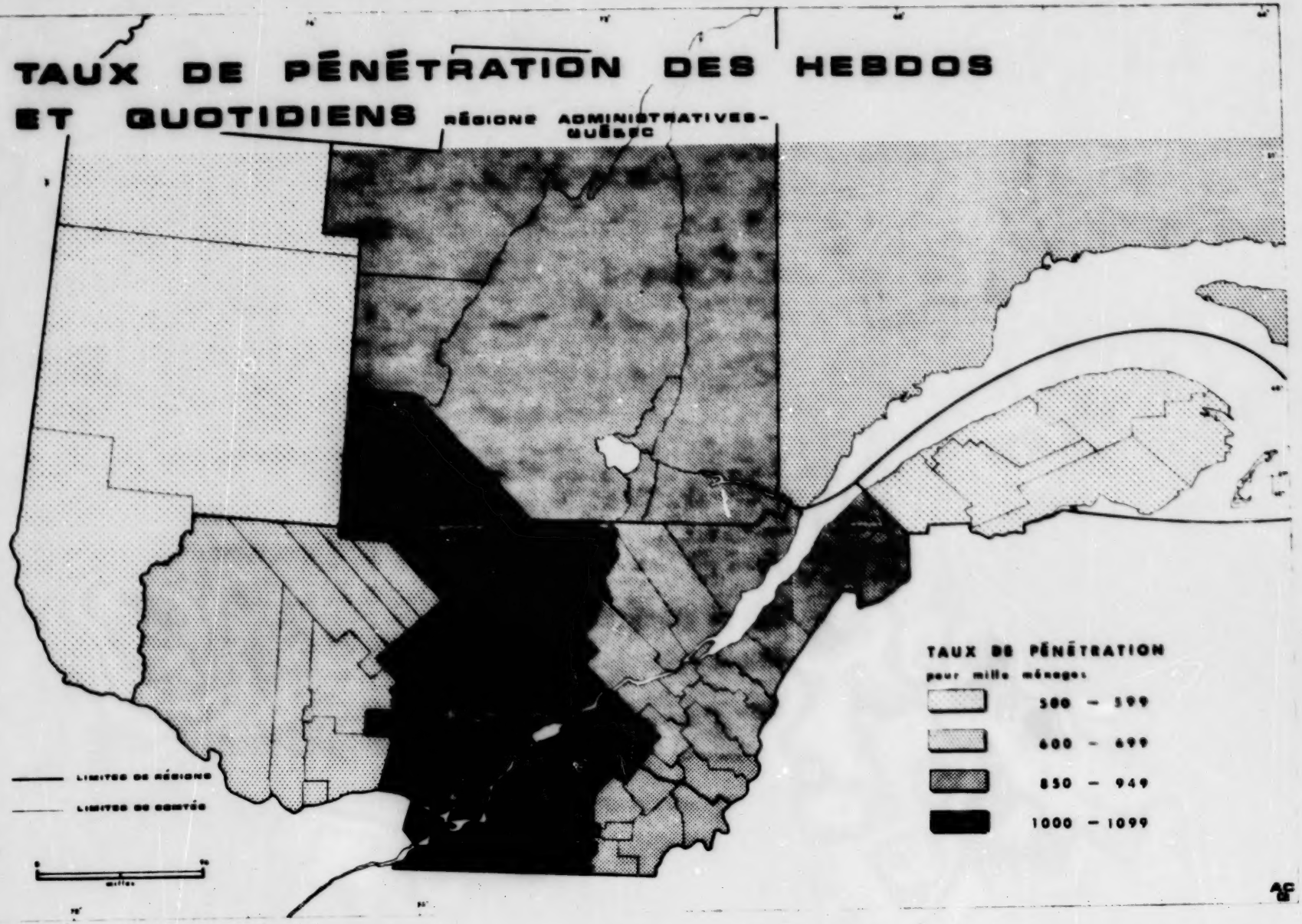
---

(1) **Source:** Compilation des données du Rapport A.B.C. (Audit Bureau of Circulation) pour les 12 mois précédents le 31 mars 1971.

CARTE 8

TAUX DE PÉNÉTRATION DES HEBDOS ET QUOTIDIENS

RÉGIONS ADMINISTRATIVES - QUÉBEC



CARTES 9 A 17

Les cartes 9 à 17 inclusivement servent à illustrer le même type de résultats mais pour des journaux quotidiens (ou groupes de journaux) différents. De plus ces cartes ont été conçues par comté électoral provincial et non par région administrative comme les huit précédentes.

Chaque comté de la carte est hachuré de façon différente selon le pourcentage du marché de ce comté qu'occupe tel journal ou groupe de journaux. Par exemple, les comtés noircis sur la carte 9 indiquent que le groupe de journaux de MM. Parisien-Francoeur-Desmarais (1) compte pour 81% à 100% de tous les exemplaires de quotidiens

---

(1) Ce groupe est formé de: La Presse, La Voix de l'Est, La Tribune et Le Nouvelliste.

qui sont vendus dans ces comtés. D'autre part, quand les comtés sont blancs, cela signifie que tel journal ou groupe de journaux est absent (i.e. vend moins de 25 copies) dans ces comtés.

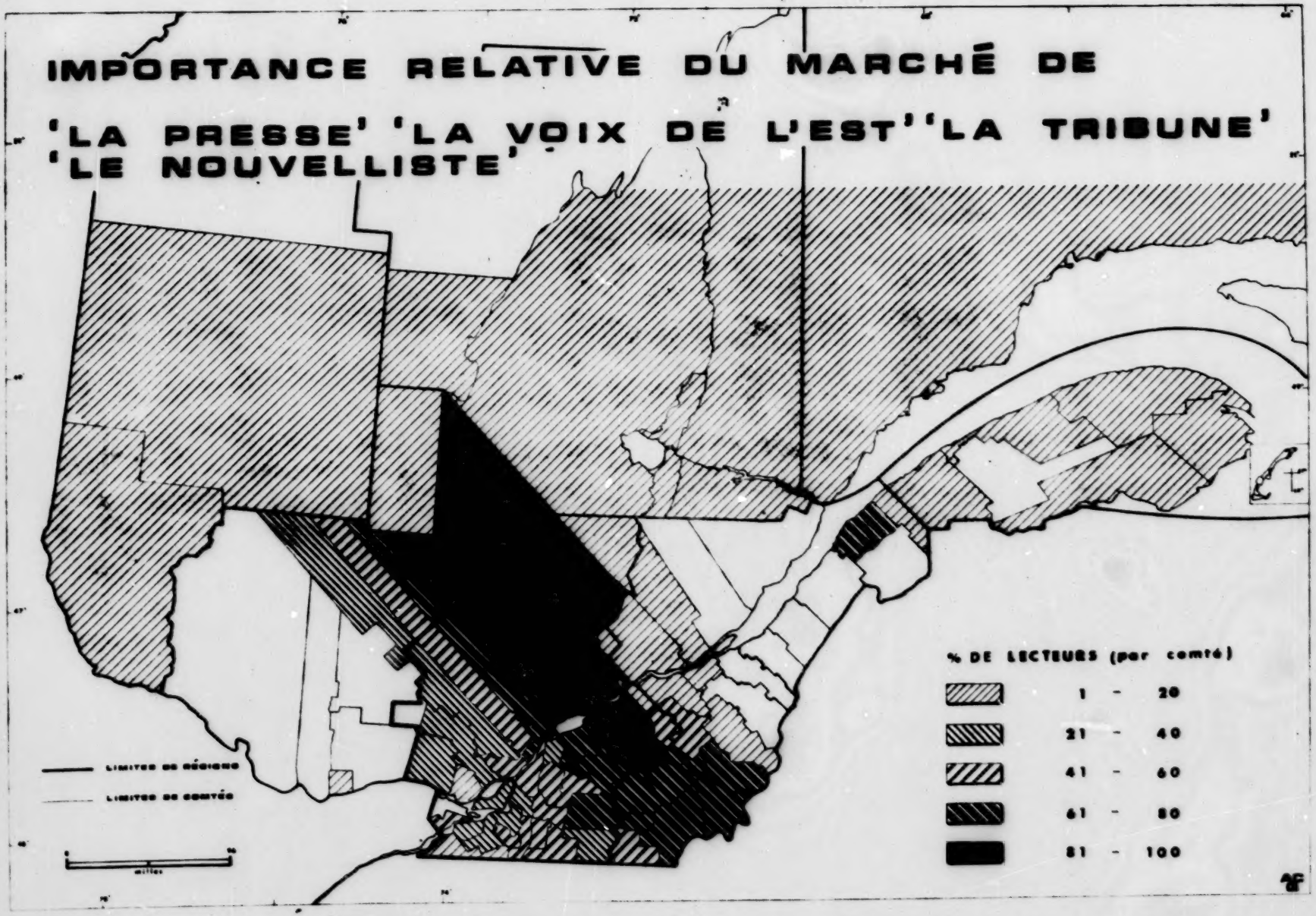
Les remarques que nous faisons ici valent pour l'ensemble des cartes 9 à 17 illustrant l'importance relative des marchés des divers journaux quotidiens du Québec (1).

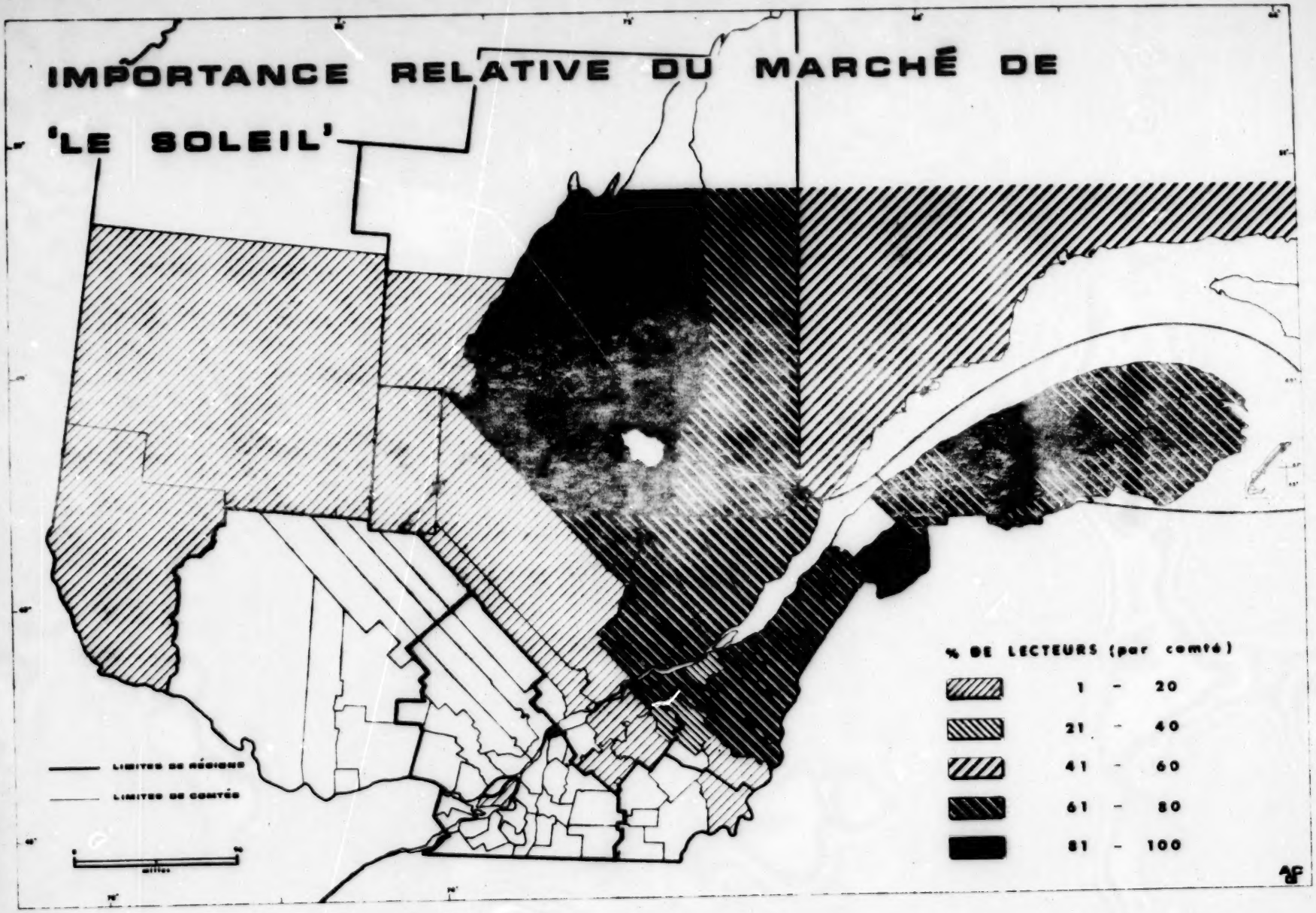
Ces cartes sont le complément du chapitre V (La Propriété) du Document numéro 2 de la Commission et plus précisément des pages 77 à 79.

---

(1) Source: Compilation des données du A.B.C. pour les le mois précédents le 31 mars 1971.

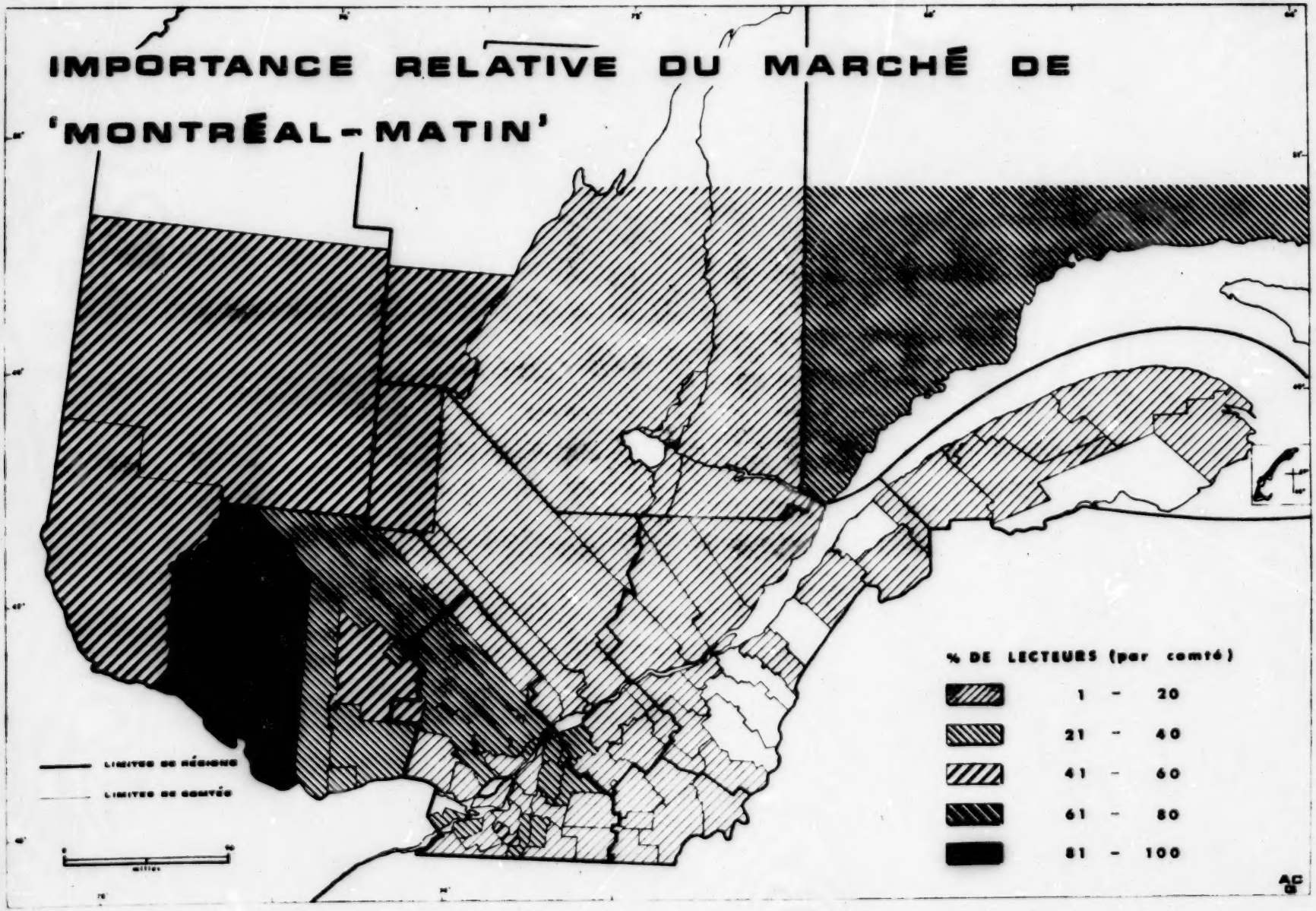
IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DE 'LA PRESSE' 'LA VOIX DE L'EST' 'LA TRIBUNE' 'LE NOUVELLISTE'

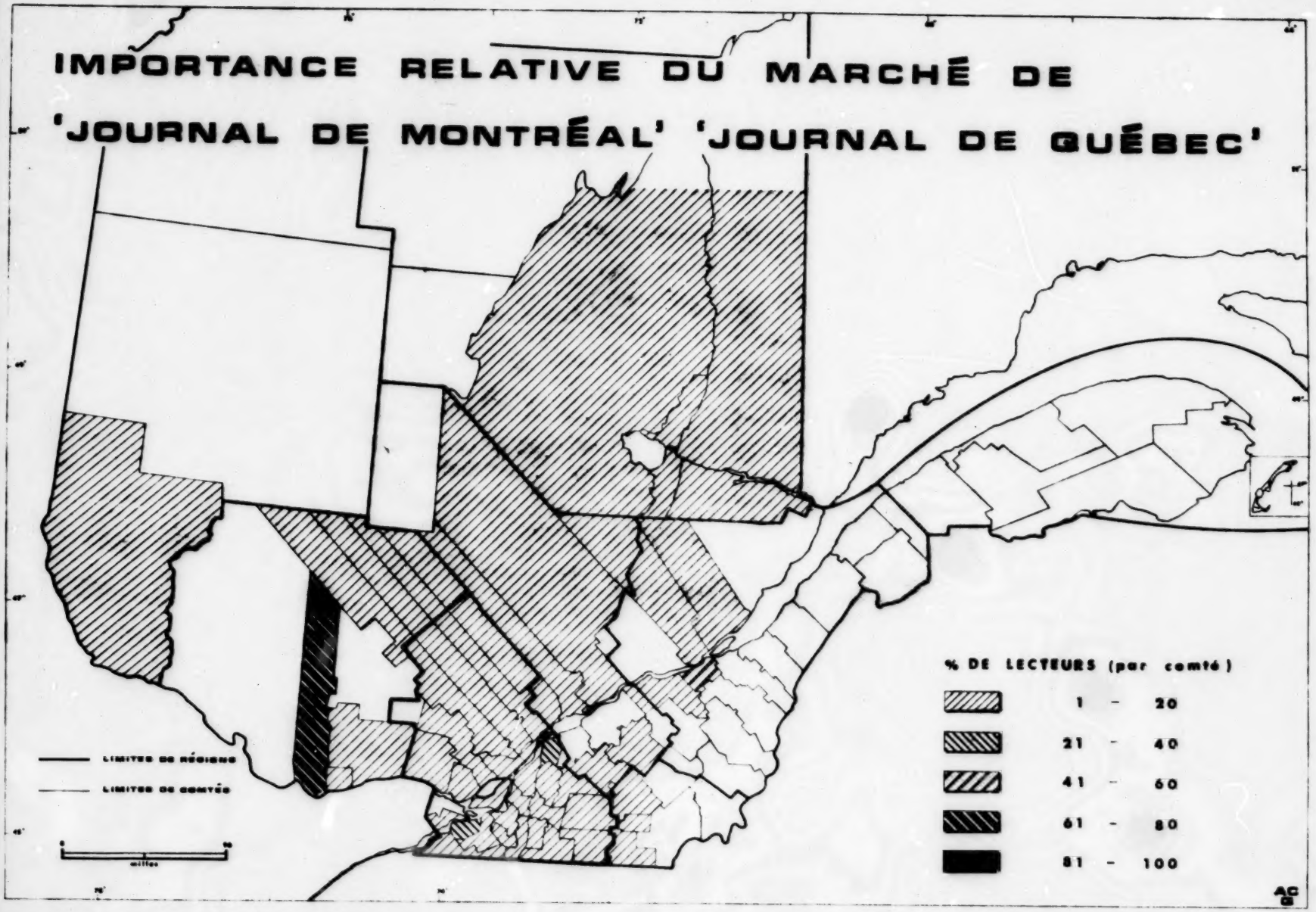



IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DE
'LE SOLEIL'
% DE LECTEURS (par comté)
1 - 20
21 - 40
41 - 60
61 - 80
81 - 100
LIMITES DE RÉGIONS
LIMITES DE COMTÉS

CARTE II

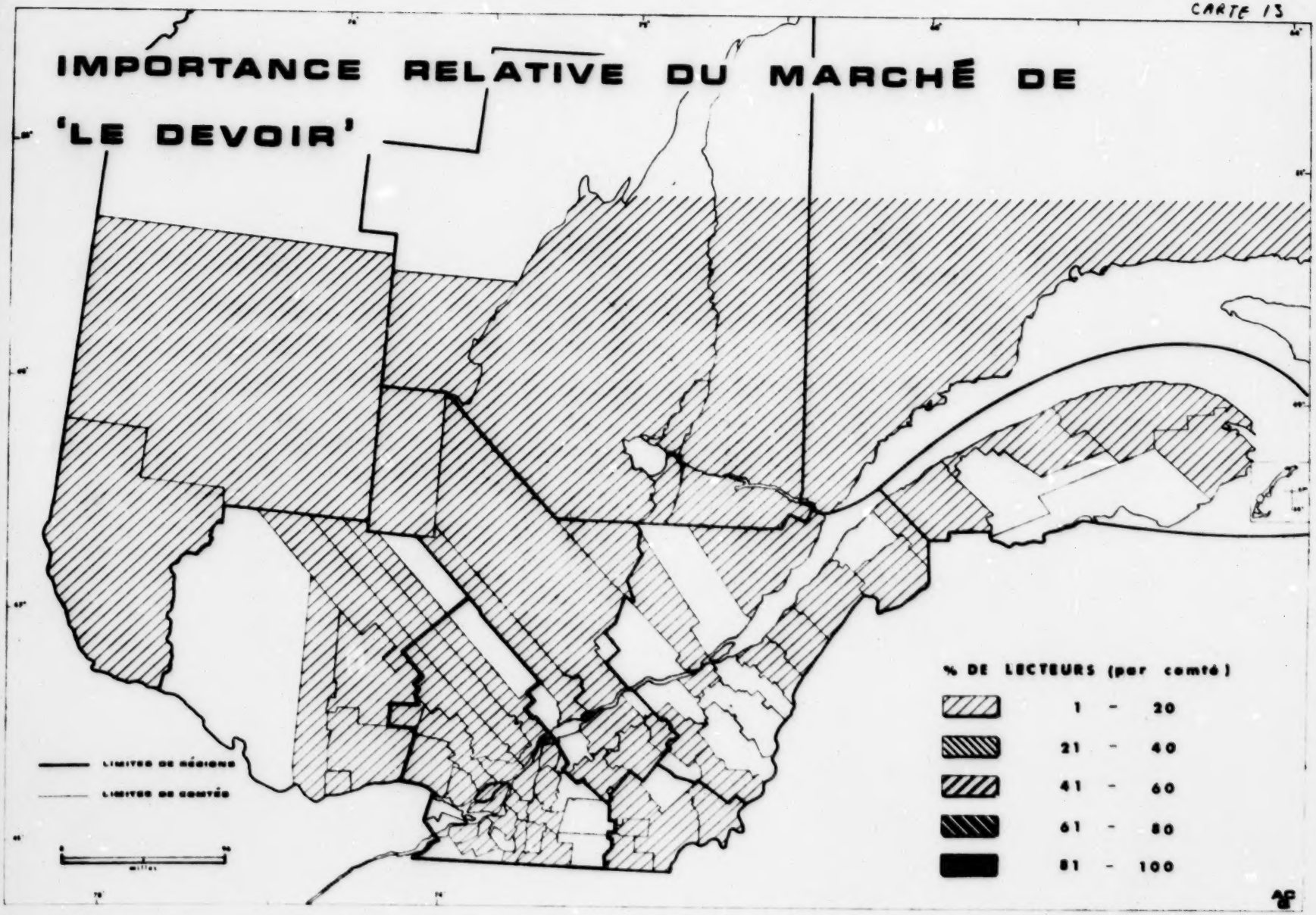
IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DE 'MONTRÉAL-MATIN'



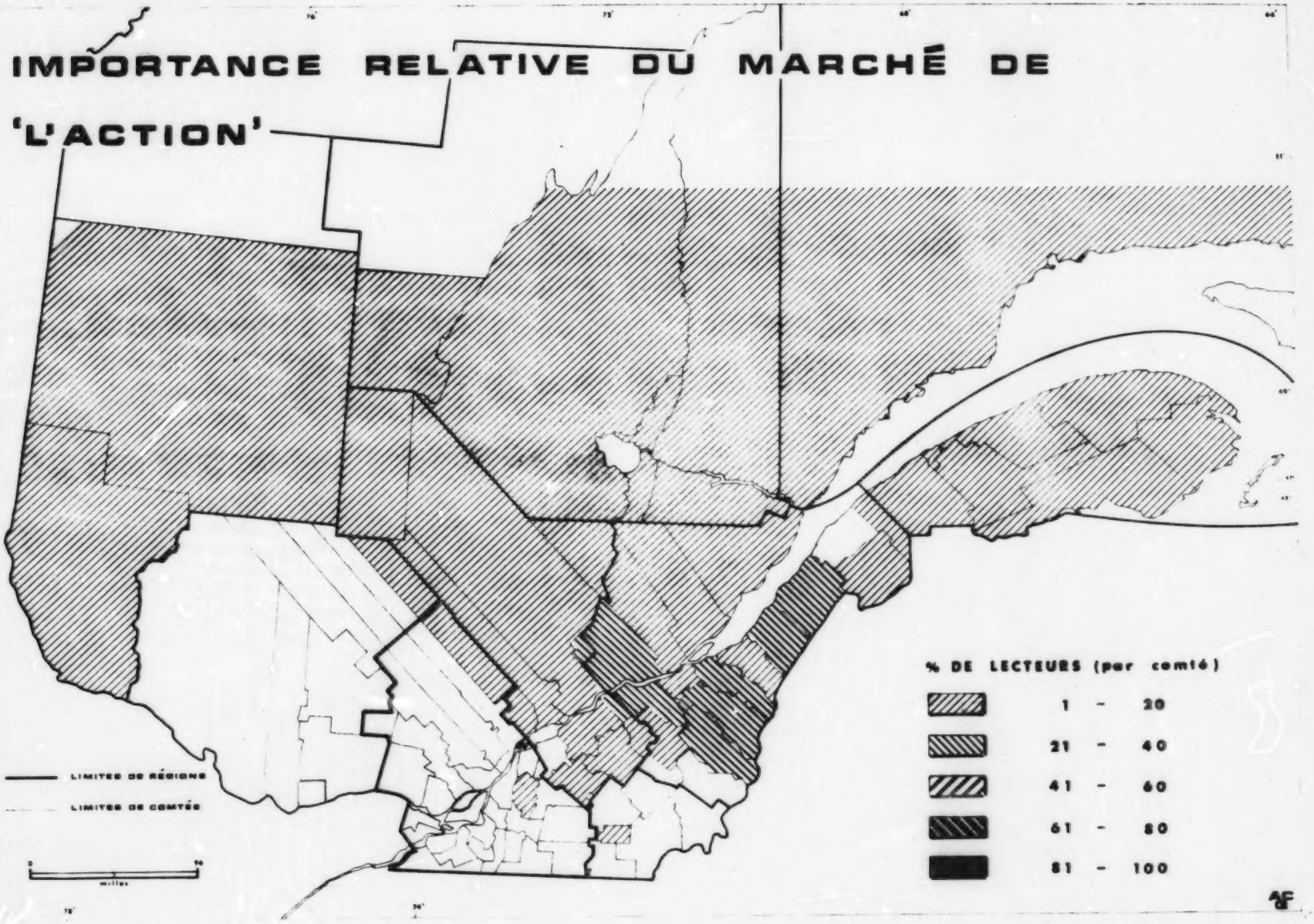

IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DE
'JOURNAL DE MONTRÉAL' 'JOURNAL DE QUÉBEC'
% DE LECTEURS (par comté)
1 - 20
21 - 40
41 - 60
61 - 80
81 - 100
LIMITES DE RÉGIONS
LIMITES DE COMTÉS
milles

CARTE 13

IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DE 'LE DEVOIR'

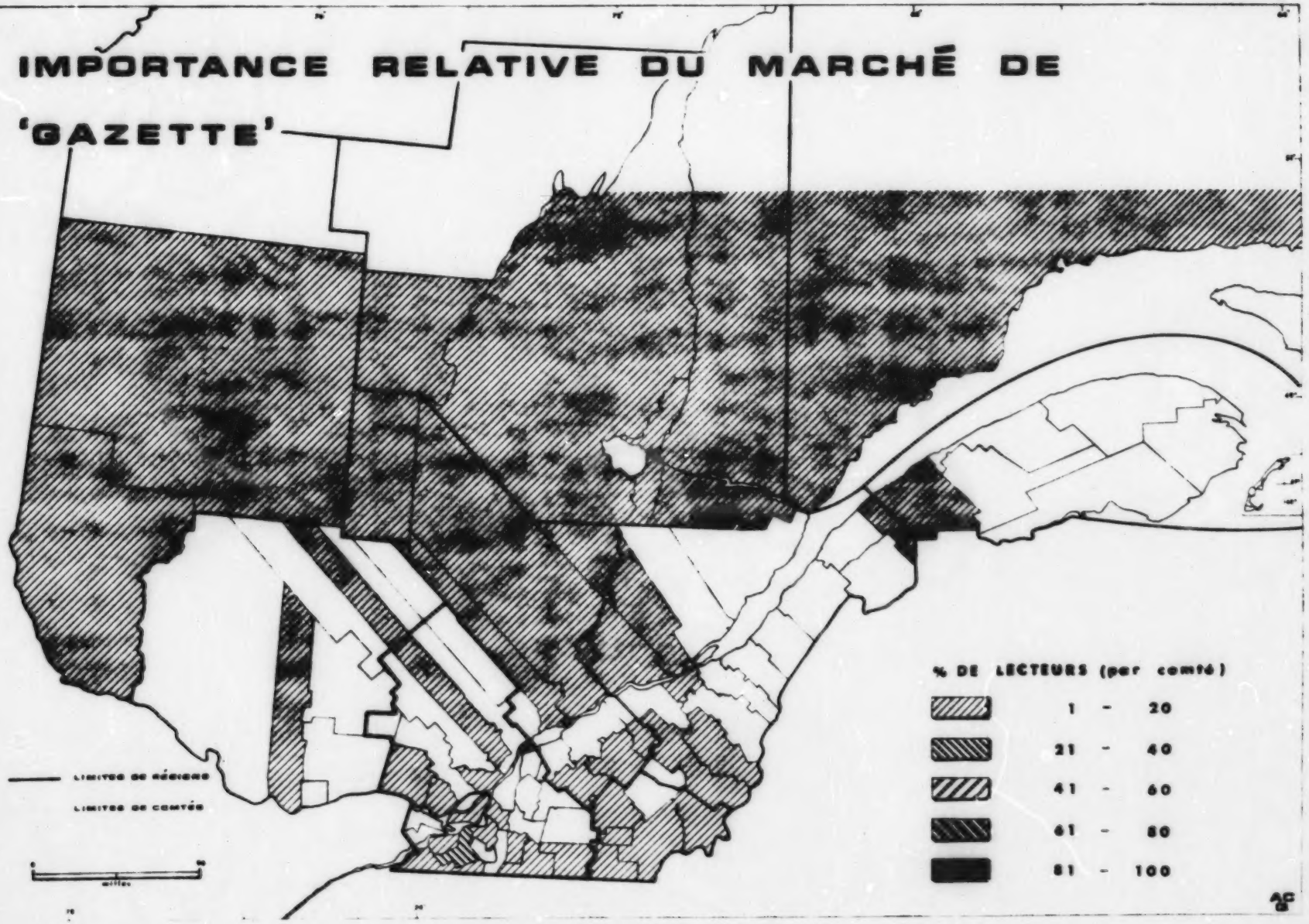


IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DE 'L'ACTION'

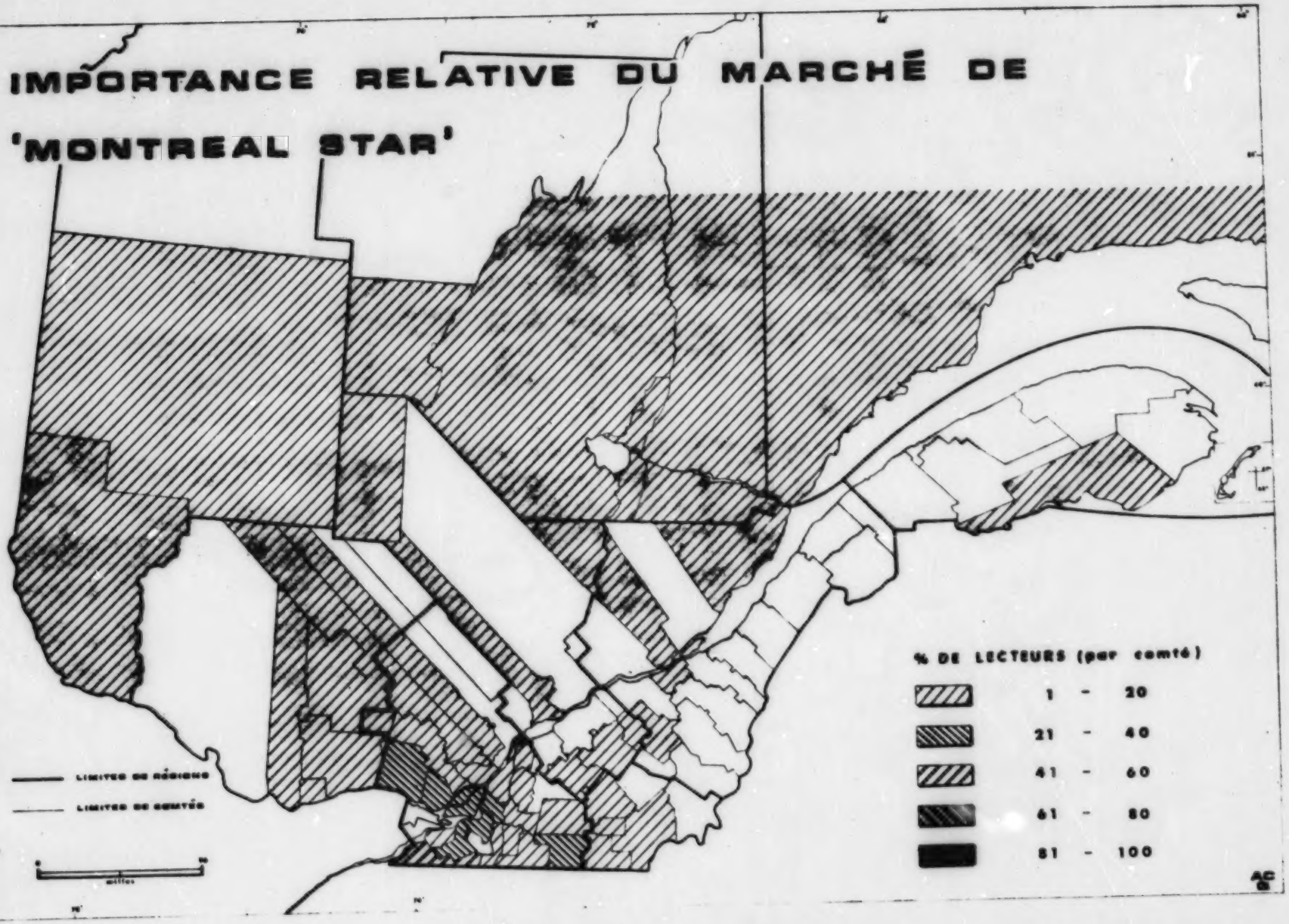


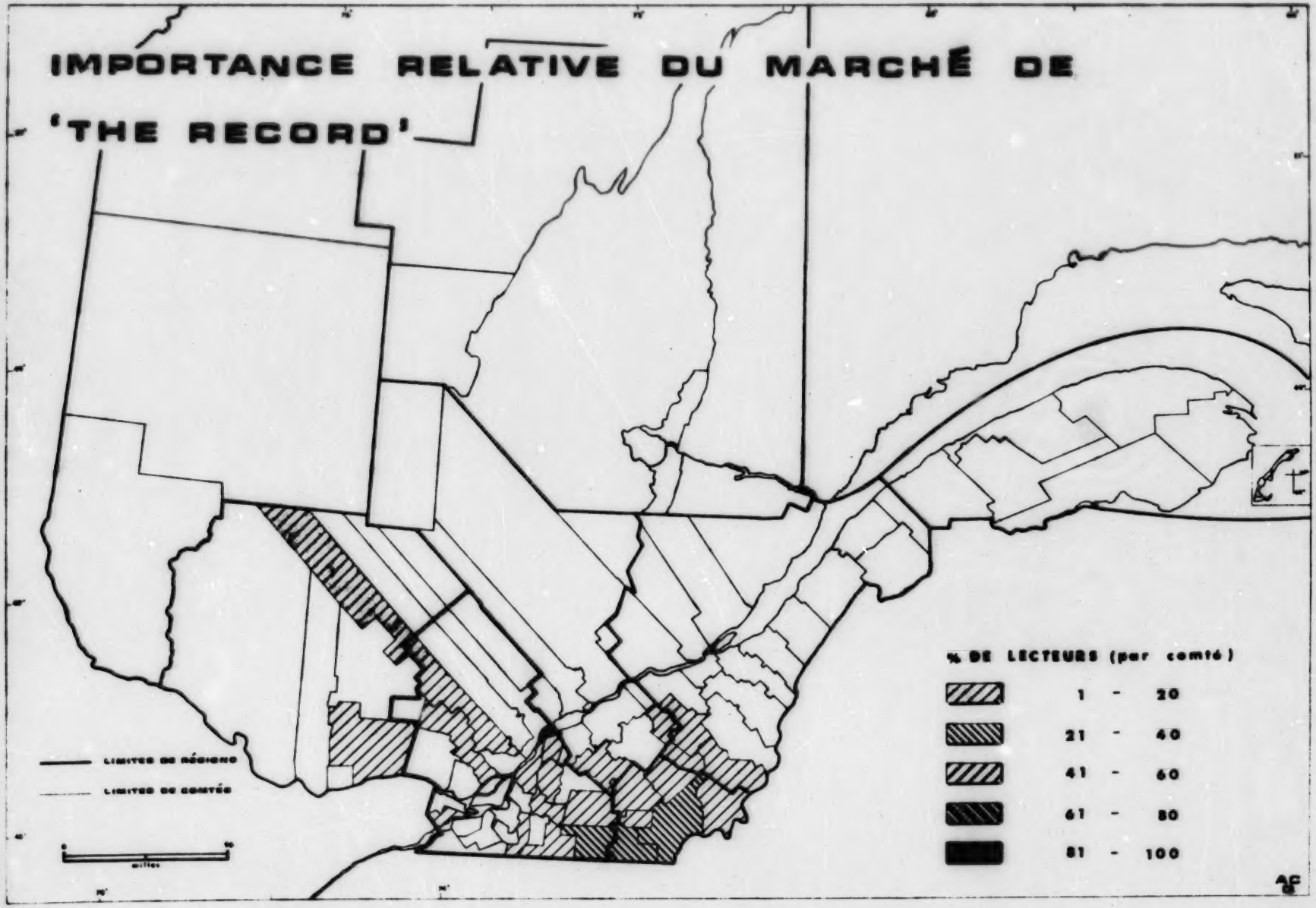
CARTE: 15

IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DE 'GAZETTE'



IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DE 'MONTREAL STAR'

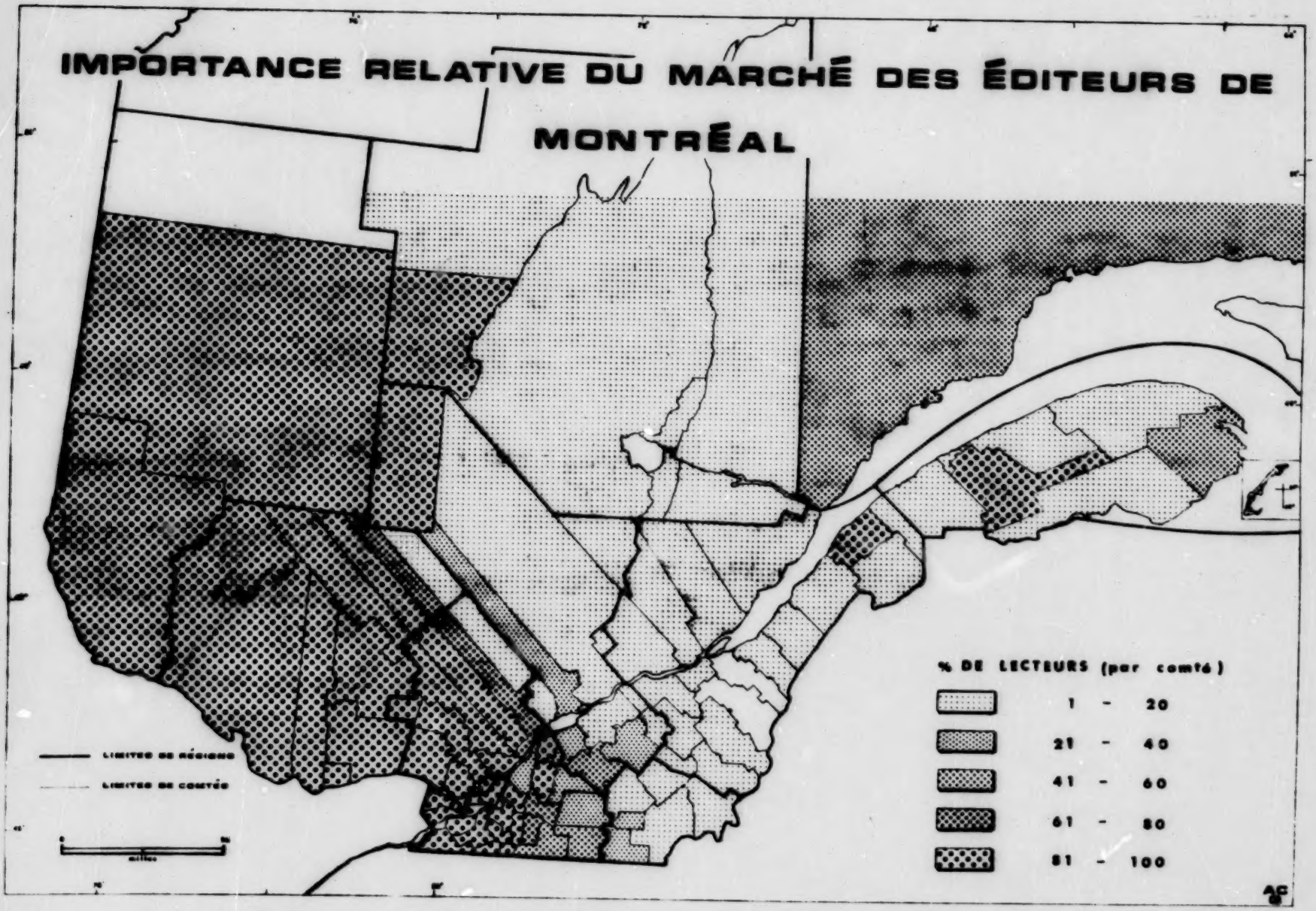


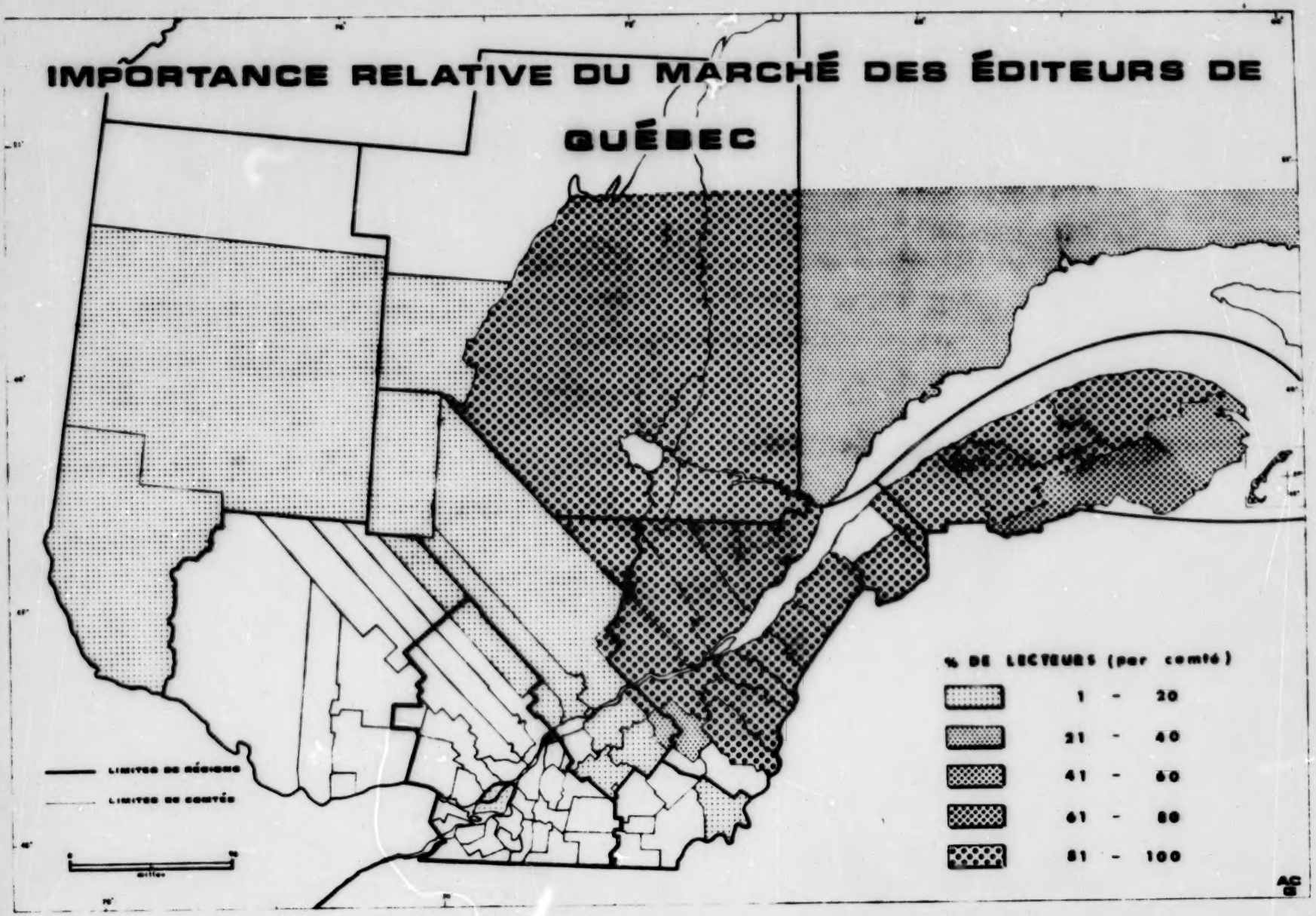

IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DE
'THE RECORD'
% DE LECTEURS (par comté)
1 - 20
21 - 40
41 - 60
61 - 80
81 - 100
LIMITES DE RÉGIONS
LIMITES DE COMTÉS

CARTES 18 A 22

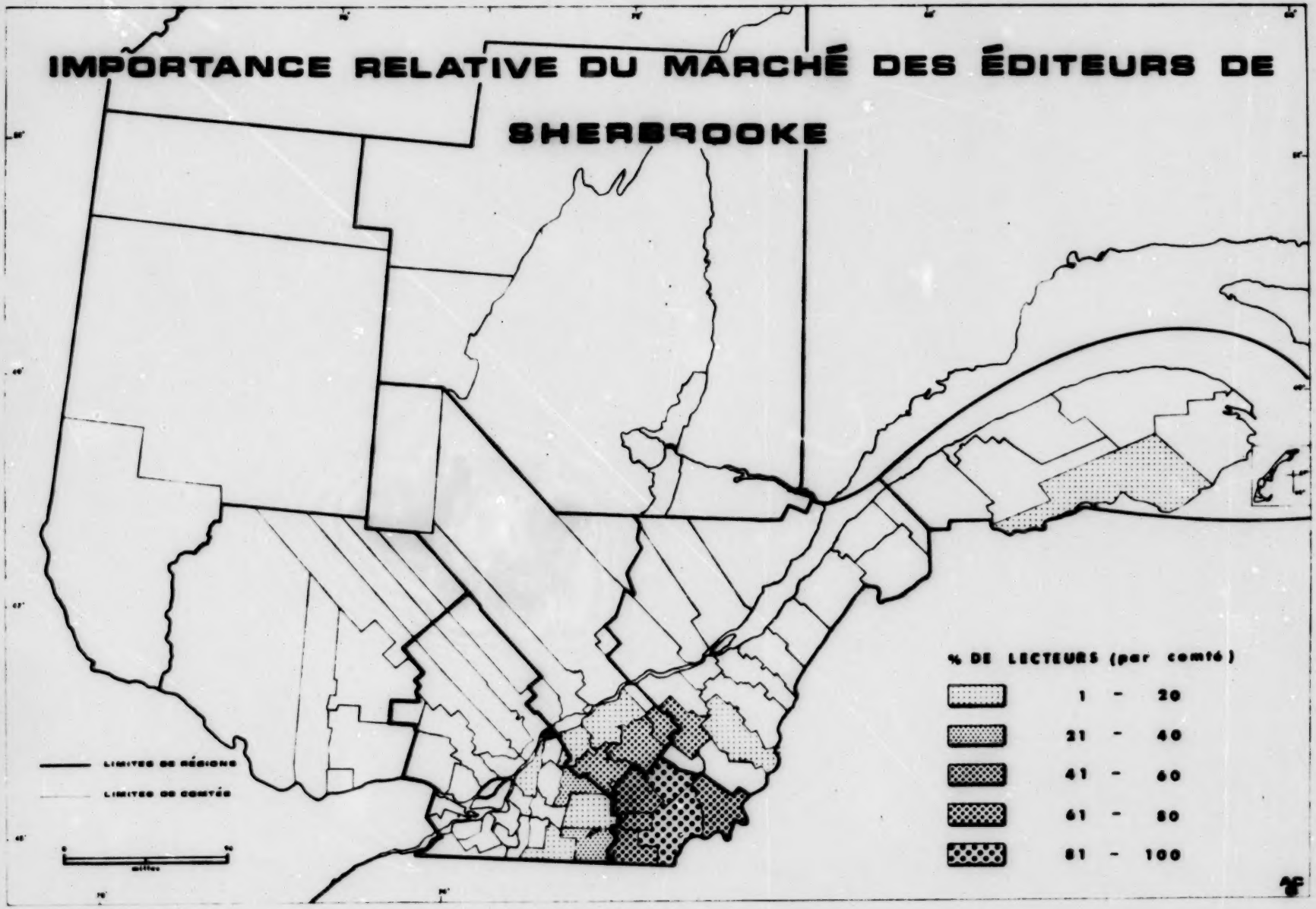
Les cartes 18 à 22 inclusivement illustrent l'importance relative du marché des différents centres d'édition du Québec. Par exemple, la carte 18, le pourcentage du marché des différents comtés qui est occupé par tous les quotidiens édités à Montréal. Les comtés les plus foncés sur la carte 18, sont ceux où il y a entre 81% et 100% des exemplaires de quotidiens édités à Montréal. Cet exemple vaut pour les quatre autres cartes (19 à 22) illustrant le marché relatif des éditeurs de Québec, Sherbrooke, Trois-Rivières et Granby.

IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DES ÉDITEURS DE MONTRÉAL

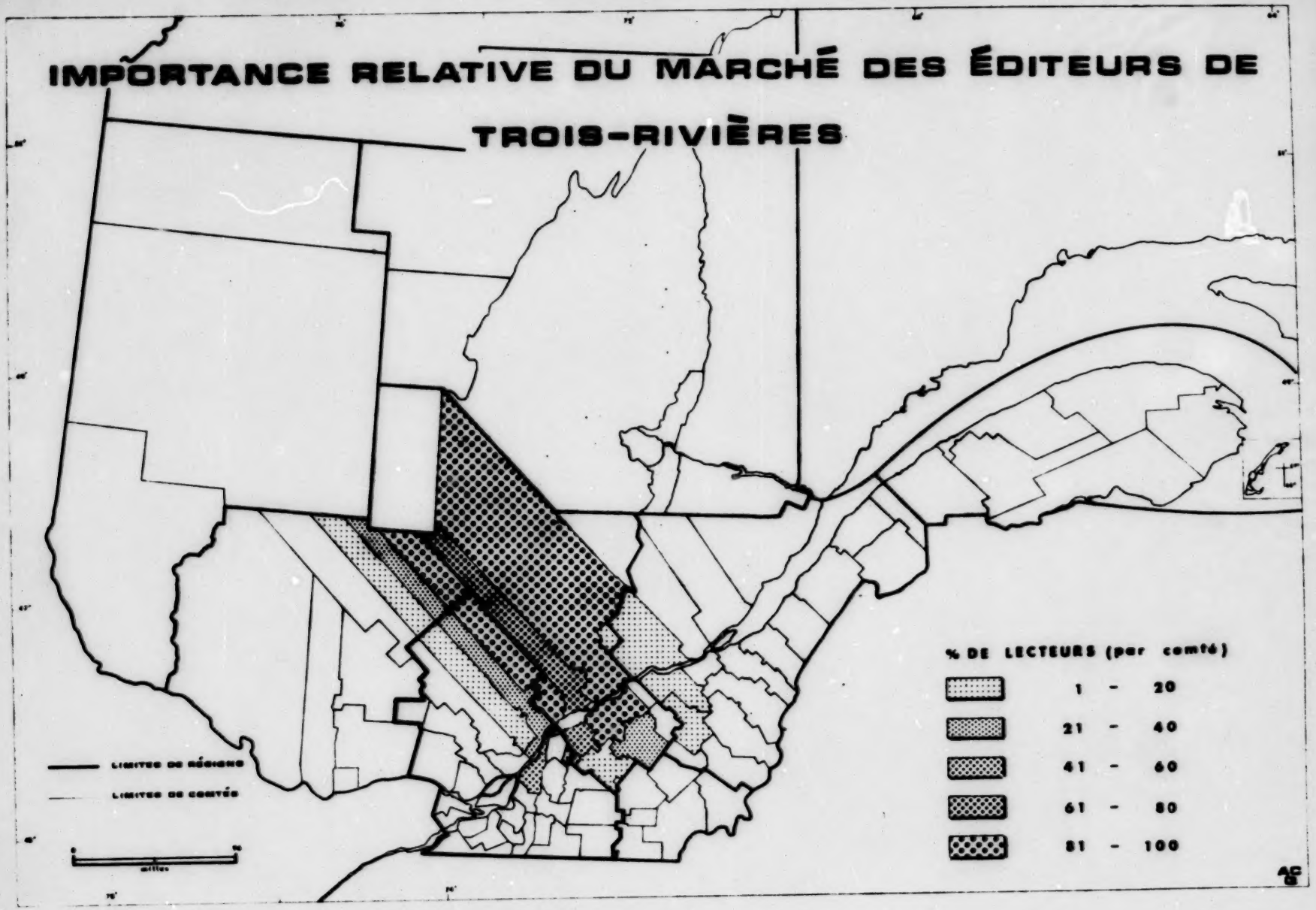
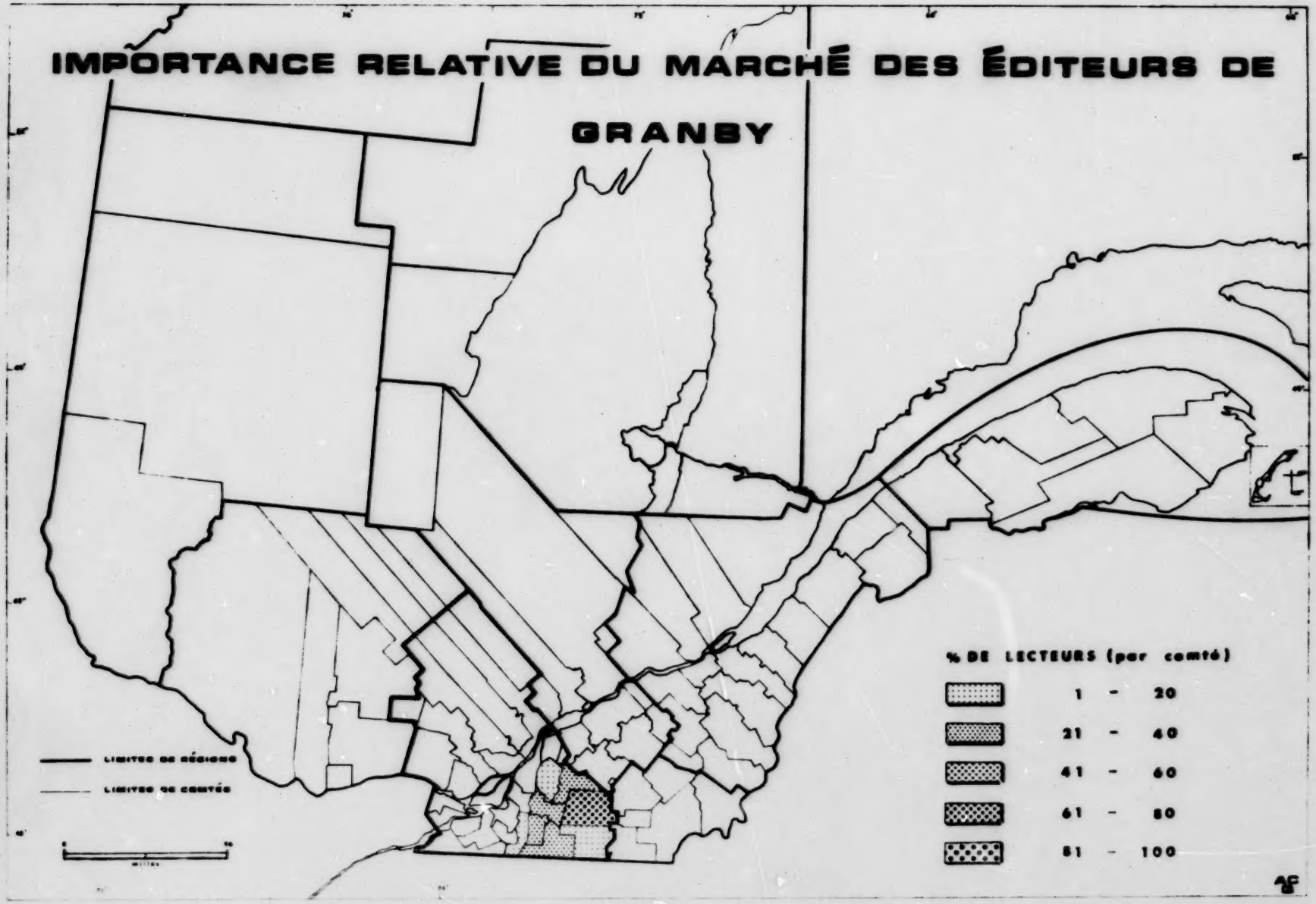



IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DES ÉDITEURS DE QUÉBEC
% DE LECTEURS (par comté)
1 - 20
21 - 40
41 - 60
61 - 80
81 - 100
LIMITES DE RÉGIONS
LIMITES DE COMTÉS
milles

IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DES ÉDITEURS DE SHERBROOKE



IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DES ÉDITEURS DE TROIS-RIVIÈRES



IMPORTANCE RELATIVE DU MARCHÉ DES ÉDITEURS DE GRANBY